Conviértase En Una

ESTRELLA

DE VENTAS y NEGOCIOS

LUIS FONT

Publicado por Luis Font International

Impreso en los Estados Unidos de América

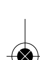
Font, Luis

Conviértase en una Estrella de Ventas y Negocios por Luis Font

Cataloging-in-Publication Data

ISBN 978-1-61623-950-351295

Dedico este libro a mi esposa Alejandra, por todo su cariño, apoyo y su bondad en los ultimos once años. Tambien a mis dos estrellitas, Alexander y Nicolas.



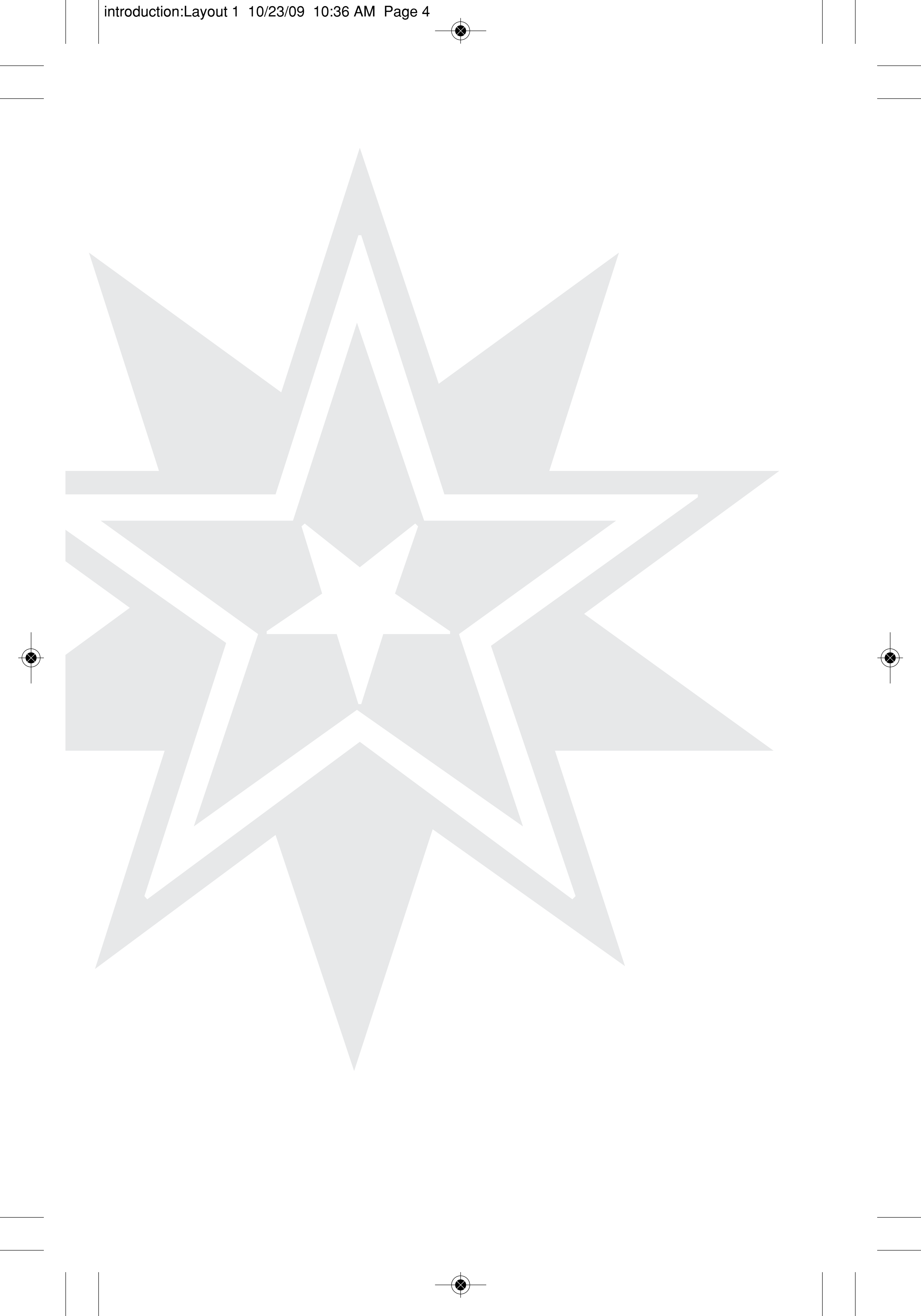




TABLA DE
CONTENIDOS




INTRODUCCIÓN



Tom Hanks. Cantinflas. Robert DeNiro. Pedro Infante. Probablemente piensas que son personas que no pueden enseñarnos algo sobre Ventas y Negocios. No son graduados de la Universidad y tampoco administraron una compañía corporativa.

¿Qué pueden saber ellos sobre Negocios y Ventas? ¿Qué lograron hacer? Bueno, el sólo mencionarlos invoca cierta imagen de Estrella. Llegaron a ser celebridades, famosos, admirados, expertos, reconocidos y en el caso de Mario Moreno "Cantinflas", ha dejado un legado con nosotros que transciende los siglos.

¿Acaso no es eso lo que todos queremos lograr en el mundo de Ventas y Negocios? Ser reconocidos instantáneamente, admirados y respetados. ¡Ser un Experto en tu Industria!

¿Cómo lograron hacerse Estrellas de Cine? Si vemos sus cualidades, notamos que son personas Dedicadas, Apasionadas, Flexibles, con Confianza y Talento. ¿Hay similitud con las cualidades de una Estrella de Negocios y Ventas? ¡Claro que sí!

Un actor dedicado, apasionado, pero sin talento no logrará conseguir fama. ¡Mucho menos un papel de actuación! El actor sin talento, no puede memorizarse sus guiones, no puede hablar claramente, le falta confianza, no podrá proyectar cierta imagen y por lo tanto no puede influenciar a la audiencia.

De la misma forma, una Estrella de Ventas sin Talento o Habilidades no puede llegar a ser experto en su Industria. La buena noticia es que el Talento y las Habilidades se pueden desarrollar.

¿Quién puede ser una Estrella de Ventas?

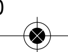
¡Todos pueden! Si eres emprendedor, trabajas por tu propia cuenta, si eres dueño de tu propio negocio o trabajas en una fábrica o bodega, puedes convertirte en una Estrella de Ventas. Yo creo que todos, con el entrenamiento necesario, pueden lograr ser Estrellas en sus Industrias. Toda persona que tenga el deseo y el compromiso

consigo mismo, puede desarrollar el talento y las habilidades necesarias para convertirse en una Estrella de Ventas.

Ser una Estrella en tu Industria no es una meta final, se trata mas de "vivir cada momento" del camino hacia el éxito. No se trata de un destino final. Es hacer algo que amas hacer. Se trata de disfrutar de todas las experiencias que se presentan mientras caminas hacia el éxito.

¿Quieres ser una Estrella? ¡Tendrás que estudiar y practicar, practicar y practicar! El Secreto del Éxito sin trabajar duro y sin tomar buenas decisiones todavía es un secreto.





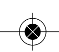
CAPÍTULO 1

"SER UNA ESTRELLA"



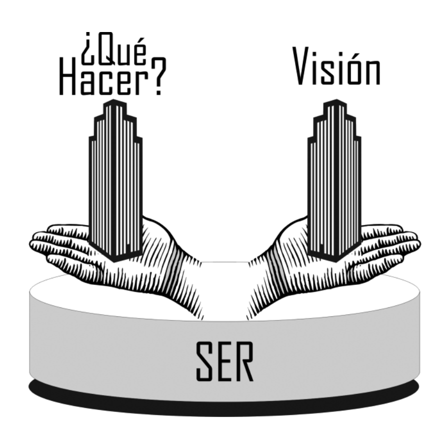
En Octubre del 2006, asistí a una conferencia de Liderazgo en Chicago Illinois dictada por mis amigos y mentores Juan Laine y Adrián Olmedo. Durante esa conferencia, recibí una gran visión de las tres áreas de enfoque necesarias para convertirme en una Estrella en mi industria de Ventas y en mi propio negocio.

Me di cuenta que mi negocio de ventas es muy similar a construir dos grandes edificios sostenidos por una sólida fundación. Fue tan clara la visión, que empecé a dibujar el modelo de mi visión en plena conferencia. Me quedó muy claro esto: si me enfoco en construir dos grandes edificios llamados "***Qué Hacer***" y "***Visión***", sostenidos por una



firme fundación de ***Ser***, me sería imposible fallar en llegar a conseguir el éxito y prosperar económicamente.

LAS TRES ÁREAS DE ENFOQUE:



En todos mis estudios de liderazgo, aprendí que todo empieza con ***Ser*** un buen líder. Es una cualidad necesaria para crecer y desarrollar un negocio o una carrera profesional. El Ser consiste de todos tus valores, principios y creencias. Es la fundación que va a sostenerte a ti y a tu negocio. Para poder edificar dos edificios, es necesario tener una amplia y sólida fundación.

También aprendí en mis estudios, que las metas y los objetivos son la "***Visión***" de un mejor futuro. Esta visión te ayudará a definir el propósito de lo que quieres lograr. Para mí, tener mi propio negocio significa ofrecerle una mejor vida a mi familia en un futuro muy

cercano. Por lo tanto, mi Visión es como el combustible de un automóvil. Es lo que me ayuda a levantarme todos los días con ánimo y entusiasmo de trabajar con un gran enfoque. También la visión te ayudará a identificar el camino o el rumbo que tienes que tomar para llegar y lograr tus metas y objetivos.

Ese día, principalmente, me di cuenta de la importancia de las habilidades. ***Qué Hacer*** juega un importante papel en lograr y conseguir el éxito. El ***Qué Hacer*** viene siendo tu capacitación, tus habilidades, tu trabajo diario y todo lo relacionado a las acciones que se tienen que tomar para conseguir el éxito. En mi caso personal, invertir tiempo en el desarrollo de habilidades de ventas me ayudó a obtener resultados extraordinarios en un corto plazo. Sin tener experiencia previa en Ventas, ¡logré ganar como vendedor más de cuatro mil dólares mi primer mes!

UN CAMBIO

Rápidamente noté cómo los resultados ayudaron a solidificar aún más mis fundamentos. Sentí cómo los resultados de ganar mil dólares a la semana, ayudaron a profundizar aún más mis valores, especialmente mis ***Creencias*** con respecto al éxito con un negocio de ventas.

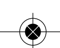
Me di cuenta que sí se puede tener buenos ingresos en ventas. Esto tuvo como resultado una ampliación de lo que creía con respecto a edificar un negocio. Pensé en aquel tiempo: "Si yo lo pude hacer sin

experiencia, significa que lo puedo enseñar a personas que tampoco tienen experiencia en ventas, pero que tienen el deseo de aprender". De repente me vi con la nueva visión de establecer una oficina, asociar vendedores, tener un asistente y hasta personas de telemercadeo.

Esta nueva visión ayudó a que las metas que ya tenía crecieran y desarrollaran todavía más. Todo empezó a cambiar para mí desde entonces. Simplemente con hacer un buen trabajo dirigido a tener buenos resultados. ¡Claro que los fundamentos que tenía eran sólidos! Especialmente los fundamentos de carácter e integridad, pero carecía del más importante: las ***creencias***. Al enfocarme en desarrollar las habilidades, todo empezó a cambiar drásticamente para mí; personalmente, profesionalmente y económicamente.

Las habilidades bien desarrolladas te ayudarán a agrandar tus fundamentos, tus creencias y tu visión de un futuro mejor, te ayudaran a convertirte en una Estrella de Ventas.

Estoy convencido de que sin habilidades y sin talento, es casi seguro que Tom Hanks, Pedro Infante, Cantinflas y Robert DeNiro no hubieran llegado a ser las Estrellas de cine que hoy día son. Sin haber desarrollado la habilidad de la actuación nunca hubieran logrado conquistar la fama y el éxito.



EDIFICAR UN NEGOCIO DE VENTAS

Establecer un negocio de ventas, como mencioné previamente, es muy similar a construir dos edificios al mismo tiempo. Emprender un negocio requiere de la misma planeación y diseño con la que construyes un edificio. Se necesitan planes bien detallados de cómo construirlo. ¡Antes de excavar la primera pala de tierra ya se sabe el tamaño del edificio, el color de las puertas y el tamaño de las ventanas! Se sabe todo con respecto al edifico.

De igual manera, cuando entras a un negocio de ventas directas o multinivel, se necesita la misma planeación detallada sobre cómo vas a construir la estructura de tu negocio de ventas.

De la misma forma que cada estructura requiere de una firme fundación para que perdure durante muchos años, tu negocio también debe comenzar con un fundamento firme que le permita resistir y persistir durante los tiempos difíciles.

Cuando un edificio es construido, los dueños tienen el lujo de invertir tiempo y dinero en la fundación. Una vez que está bien firme y construida, se empieza a levantar el edificio piso por piso.

Edificar un negocio de ventas es mucho más difícil que construir que un edificio. Muchos de nosotros, "los hispanos", no tenemos los fundamentos firmes y sólidos para empezar a levantar los pisos del proyecto. Por lo general, un nuevo vendedor tiene que trabajar en



ambos aspectos a la vez. Imagínate tener que construir la fundación y los pisos ¡a un mismo tiempo! La buena noticia es, que sí se puede hacer, ya que la construcción de tu negocio es un estado mental.

Cada piso que construyes representa el crecimiento y el desarrollo de tu negocio. Cada vez que incrementas tus ventas, agregas otro piso; cuando contratas o reclutas a otro vendedor o distribuidor, ya tienes otro piso. No obstante, si tus fundamentos no son sólidos, todo aquello que construyes se caerá tarde o temprano ¡cómo un castillo de naipes!

¿POR QUÉ FALLAMOS?

Nosotros -los hispanos-, tenemos buenos valores y principios. Valoramos un buen trabajo y también valoramos la familia. Ayudamos a nuestra gente, sentimos orgullo de ser quienes somos y de donde venimos. También somos muy trabajadores. ¿Cuándo has visto a un hispano pidiendo limosna aquí en Estados Unidos? Somos –aquí aparece de nuevo el ser- buenas personas y venimos a este país con la Visión de alcanzar una mejor vida. Pero, ¿por qué fallamos a veces?

Tengo muchos años de experiencia trabajando en ventas con el mercado hispano. Son hombres y mujeres que al igual que yo, vinieron a este país con una educación limitada y con poca o ninguna capacitación. Muchos se dan cuenta de que les puede ir mejor trabajando en Ventas o iniciando su propio negocio de venta directa. No obstante, veo cómo muchos se dan por vencidos

rápidamente. En ocasiones, ¡ni siquiera duran un mes! Por lo tanto, quedan estancados en trabajos que solo pagan de $300 a $500 por semana.

La razón por la que se falla es por falta de capacitación y por ausencia de creencias en el desarrollo personal. Simplemente no invertimos lo suficiente en nuestros propio ser. Nunca invertimos el tiempo necesario para desarrollar las habilidades técnicas que hacen falta para obtener buenos resultados. Entonces los resultados no son los suficientes para lanzarnos a la conquista del éxito.

LA SOLUCIÓN

He visto muchas personas que trabajan varios empleos para mantener a la familia. No tienen el tiempo ni los recursos para obtener la capacitación que necesitan para salir del "rat race[1]" laboral. Como resultado, no se profesionalizan y se mantienen en el sector de empleos con bajos recursos.

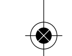
En ocasiones, veo personas con buenos fundamentos, con un gran deseo, una gran visión y metas nobles. Tienen gran entusiasmo y la disposición de valorar la oportunidad y de esforzarse en la profesión que son las Ventas. Pero no es suficiente; si no están dispuestos a invertir tiempo y dinero en desarrollar sus habilidades de Vendedor, conocerán el fracaso tarde o temprano.

Hoy día existen maneras en las que puedes aumentar las posibilidades de triunfar, tener tu propio negocio y convertirte en

una Estrella de Ventas. Si tienes el sueño de ser exitoso en tu carrera, ya tienes buenos fundamentos como persona.

Ahora simplemente enfócate en tomar Acción. Empieza con el Qué Hacer y desarrolla las habilidades de Ventas necesarias para ver resultados extraordinarios ¡rápidamente! ¿Cuándo fue la última vez que leíste un libro sobre ventas? ¿Recuerdas que hayas tomado cursos de ventas? ¿Has asistido a un seminario o conferencia sobre ventas? ¿Te ha capacitado un 'Coach' o Mentor en el área de Ventas?

Si te capacitas y practicas constantemente, verás resultados de inmediato. Tus ingresos se elevarán y tu situación financiera mejorará. El primer paso para conseguir el éxito es tomar Acción, comenzando a capacitarte como Profesional en ventas. Toma acción y luego duplica la cantidad de tus esfuerzos en el área de Ventas. ¡Ese es el secreto del éxito!



- Prospecta el doble
- Duplica las citas
- Duplica las presentaciones
- Duplica los cierres
- Duplica la cantidad de referidos

Sigue este mapa hacia la cima, e inevitablemente tus ingresos se multiplicarán.

Tus esfuerzos ayudarán a que el resultado sea el doble; te ayudarán a que se duplique. Por lo tanto, tus ingresos también tienen que aumentar un 100%. Si estabas ganando $3,000 al mes y los nuevos



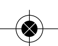
resultados indican que ahora ganas $6,000… ¿Qué impacto tiene en tus Creencias? ¿Qué impacto habrá en tus valores sobre el trabajo y el esfuerzo? ¿Verdad que aumentarían? ¡Por supuesto que sí! Los resultados de construir dos pisos -de $3,000 a $6,000- en tu Edificio de Qué Hacer, han ayudado a que tus fundamentos se solidifiquen y se profundicen un poco más al mismo tiempo.

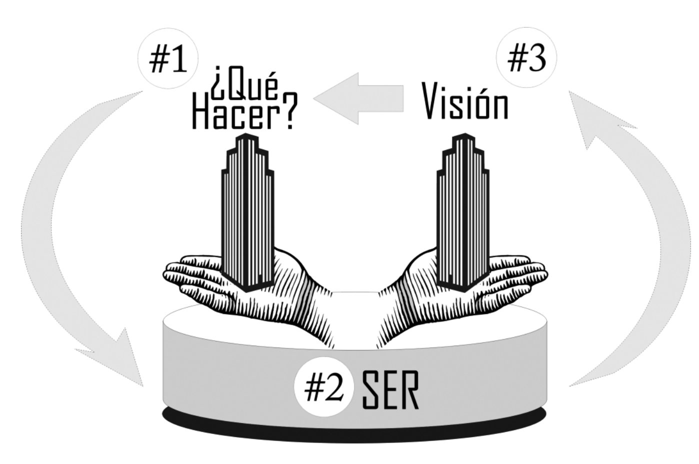
Si tus creencias sobre el éxito aumentan y crecen más allá de lo previsto, te ayudarían a tener una nueva visión. Si empiezas a ganar constantemente $6,000 al mes: ¿Piensas que puedes comprar un auto nuevo? ¿Ahorrar para comprar una casa? ¡Claro que sí! Por lo tanto, el Edificio de tu Visión subirá varios pisos más. El efecto es progresivo, es como una bola de nieve. Es un efecto que nadie podrá detener y como consecuencia tarde o temprano llegarás a los niveles de ingresos más altos en tu profesión de ventas.

Para agarrar impulso hacia el éxito:

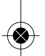
1. Empieza tomando acción con el Qué Hacer. Edifica varios pisos con tus propios resultados.
2. Trabaja en tus creencias sobre el éxito. Deja que los resultados te ayuden.
3. Edifica la visión de lo que quieres, agrándala. Piensa en grande. Construye más pisos de tu visión.

Cuando agarras fuerza, verás que es un ciclo imparable y lograrás ser la Estrella que siempre has querido ser. A continuación puedes ver la versión final de la Gran Visión que comparto contigo. Las tres áreas de enfoque son:





Emprende este poderoso proceso y verás como cambiará tu vida rápidamente.



[1] *El término "rat-race" se acuñó para definir al trabajador que –igual que el ratón de laboratorio- intenta salir de la jaula laboral pero no lo consigue.*

CAPÍTULO 2
¿QUÉ HACER?



Para convertirse en una Estrella de Ventas, es necesario desarrollar las habilidades técnicas que te ayudarán a conseguir buenos resultados inmediatamente. El ***Qué Hacer*** incluye todas las actividades necesarias para que tu negocio sea próspero y exitoso. En este capítulo, nos vamos a concentrar en las actividades que generan ingresos y ganancias para tu compañía. Si te concentras en desarrollar tu capacidad técnica a un nivel extraordinario, tu éxito está prácticamente garantizado. Si te enfocas a dominar estas habilidades a nivel de maestro, te convertirás en una Estrella de Ventas. Las prioridades de ***Qué Hacer*** son:

- Prospectar
- Asociar o Reclutar
- Presentaciones

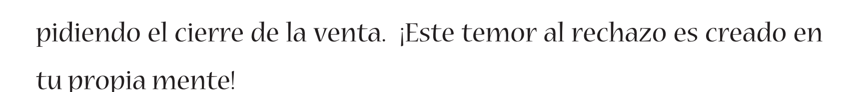
- Telemercadeo
- Cierres

Empieza a visualizarte como una Estrella en cada una de estas áreas. Recuerda que conseguir buenos resultados y generar buenos ingresos en las Ventas no ocurre por casualidad o suerte. Sólo lo lograrás hacer con mucho enfoque y trabajo para desarrollar estas habilidades. *¡Si piensas que no lo puedes hacer, fracasarás en las ventas!*

Todos tenemos un gran potencial humano. El diccionario define la palabra potencial así: *"que no es, pero tiene la posibilidad de ser"*. Todos tenemos el potencial de ser una Estrella en nuestra industria, en nuestra comunidad o trabajo, pero se requiere de una habilidad y de tomar acción, algo que muchos no han realizado. Tu estado mental es la barrera principal contra tu potencial. La negatividad en nosotros mismos, de nuestros amigos y familiares no ayuda tampoco. Además, estamos rodeados de mucha negatividad en la televisión, las revistas, los periódicos y la radio.

El temor es otra barrera que afecta tus creencias y tu potencial. La mayoría de las personas no saben el origen del temor. El temor proviene de la falta de conocimiento y habilidad. Conozco muchas personas que son guiadas por el temor y la negatividad. Muchos hispanos ingresan a la industria de las Ventas para mejorar su calidad de vida, pero sin haber desarrollado las habilidades básicas. A la mayoría de las personas les da pánico prospectar nuevos clientes o distribuidores. A muchos le da temor hacer telemercadeo. También muchos sienten pánico haciendo una presentación o

pidiendo el cierre de la venta. ¡Este temor al rechazo es creado en tu propia mente!



¿Qué podemos hacer para liberar nuestro potencial y alcanzar todo lo que queremos lograr y conseguir? Un ejemplo: Ya tomaste la decisión de tener tu propio negocio en Ventas o Multinivel. Tienes tus metas claras y los objetivos bien definidos. Estás motivado, tienes un gran entusiasmo y una gran actitud positiva. ¡Estás listo para emprender tu propio negocio!

¡Pero tu negocio es ser médico cirujano y tu primer prospecto es un paciente que tienes que operar!

¡No importa! Entras al quirófano con una confianza y un positivismo extraordinario. Sí puedes hacerlo, crees en ti y en tu potencial. Tu visión de grandeza es clara y bien detallada. ¡Tus metas están escritas y declaradas! ¡Todos dicen *"Sí, puedes hacerlo!"*

Pero, ¿Qué le pasará a tu paciente? ¿Podrías operar este paciente sin la habilidad para hacerlo? La experiencia para el paciente y para ti no sería nada agradable. Lo mismo sucede con las Ventas y el Multinivel. La mayoría de las personas entran a este ámbito con los fundamentos y la visión necesaria para emprender un negocio. Sin embargo, carecen en las habilidades y tarde o temprano fracasan.
La falta de habilidades permite que los resultados no se den y que la experiencia que han vivido sea negativa, y por lo tanto afectan

directamente las creencias. Tu mente dice *"ves, no soy bueno para las ventas"* o peor aún, *"este producto no se vende… déjame buscar otro."*

Quiero que notes algo, un médico estudia decena de años para ganar un promedio de $200 mil a $300 mil al año. Una Estrella de Ventas, tiene la oportunidad de ganar tres veces más, pero muchos ni siquiera leen un sólo libro de Ventas y muchos no han asistido a una conferencia sobre Ventas.

Empezar a vender o reclutar sin tener las habilidades para hacerlo es una estrategia equivocada.

TOMA ACCIÓN

Cualquier persona puede convertirse en una Estrella, pero tienes que entender la estrategia antes de usarla para llegar a donde quieres estar. La estrategia te lleva por el camino correcto. Toma la decisión hoy y toma acción para convertirte en un experto en la Prospección, en Asociar, Telemercadeo, y en hacer Presentaciones y Cierres efectivos.

Para obtener mejores resultados en ventas, utiliza como modelo a alguien que sea extraordinario en ventas. Extracta creencias y sicología de aquellas personas de mucho éxito que empiezas a conocer. Rodéate de ellos y establece una relación, te aseguro que muchos te querrán ayudar a conseguir el mismo éxito. Una persona modelo, que conozca el negocio, te ahorrará mucho tiempo, energía, fracaso y frustración.

Toma acción y busca cosas que no habías visto anteriormente y siente cosas que no habías sentido anteriormente. Pregunta cosas que nunca antes habías preguntado. ¡Conviértete en un Cazador de Excelencia con estas habilidades! Cuando lo hagas, todas las cosas serán posibles.

El éxito de ser Estrella no es sólo un estado mental: ¡también es una Estrategia!

LLÉVALO A LA CALLE

Has algo todos los días que te acerque a tus metas. Al principio de mi carrera, tuve la costumbre de prospectar 50 clientes potenciales cada semana. Estamos hablando de sólo 10 personas por día, que en verdad no es mucho. Si puedes hablar con 5 personas en una hora, esta meta sólo requiere de varias horas de trabajo al día.

Cuando mi negocio creció a más de $2 millones al año, ya tenía empleados que me prospectaban en exhibidores y por telemercadeo todo los días. Pero todo comenzó con el desarrollo de esta habilidad para prospectar y con llevar esta habilidad a la calle ¡todos los días!

Hace varios años llegamos a edificar una infraestructura que prospectaba alrededor de 600 a 700 nuevos prospectos ¡cada semana! Pero insisto, todo comenzó simplemente tomando acción, siendo proactivos y enseñárselo a otras personas. La duplicación de esta acción es la única manera de generar ventas que alcancen los $200 mil cada mes.

Si dominas la prospección también dominarás la venta, y si dominas la venta también dominarás el reclutamiento. Es decir, para convertirte en una Estrella, la estrategia principal es:

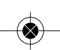
Domina la Prospección y toma Acción. Prospecta 50 personas por semana y verás que, como mínimo, 5 clientes adquieren tu producto inmediatamente.

Concéntrate en estudiar, en aprender y en dominar todo con respecto a la prospección.

RESULTADOS

Si dominas la prospección, es inevitable que tus ventas se tripliquen. En mi caso, como prospectaba en grande, siempre daba con personas que querían comprar mi producto. Es decir, yo no les vendía, ellos sólo se acercaban y decían *"he estado buscando tu producto"*, o *"¿tienes buenos precios?"*. Si gran parte de tu tiempo es dedicado a la prospección, te darás cuenta que un 20% de tus prospectos son compradores. Esto significa que si logras hacer una presentación, dos de cada diez personas que prospectas comprarán tu producto. Tarde o temprano siempre encontrarás personas que están dispuestas a adquirir lo que ofreces sin tener que venderles.

Ya sabes que varios de tus prospectos comprarán tu producto, no importa qué tipo de presentación hagas. A ellos les gustó el producto y lo quieren, están convencidos. Es cuestión de responder las



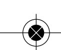
preguntas del prospecto y pedir la venta. ¡Ojalá todos los clientes fueran así! ¿Pero qué pasa con el 80% que resta? Aquí lo puedes ver: De 10 prospectos calificados…

- ***Dos prospectos (20%) compraran tu producto, si tener que venderles.***
- ***A seis prospectos (60%) les gustó tu producto, lo quieren, pero "piensan" que en ese momento no pueden.***
- ***A los últimos dos prospectos (20%), las condiciones no permiten comprar ahora (divorcio, desempleo, banca rota).***

Bueno, a un 20% de tus prospectos no vas a poder venderles nada. La razón será una condición sobre la que tú no tienes control. Puede ser un divorcio, una enfermedad, perdida de trabajo, etc. En fin, para comprar un producto, uno se tiene que sentir bien. Ya sabes que las compras son emocionales y si tu prospecto no se siente emocionalmente bien debido a su condición, no va a haber venta. No hay problema, tienes otro 60% que sí está dispuesto a comprar tu producto.

Este 60% de las personas vieron tu producto o servicio, les gustó, lo quieren, pero no están completamente convencidos. Es natural y depende de cada ser humano. Hay personas a las que no les gusta tomar decisiones, hay otras personas que quieren pensarlo y la mayoría de las personas *piensan* que no tiene el dinero para comprarlo.





PERSUADIR

Los clientes hacen trato donde hay confianza, afinidad y seguridad. Si tienes un cliente calificado, pero que piensa que no puede comprar ahora o que todavía no está convencido, el persuadir al cliente es la mejor herramienta para cerrar el trato. Con las palabras puedes lograr que confíen un poco más en ti y darles más seguridad sobre tu producto y tu compañía. Un ejemplo de cómo persuadir:

"Señor Prospecto, yo sólo quiero que haga lo que yo hice, mis hermanos y hermana, mis Papas, mis vecinos y mas de 90 clientes en los últimos seis meses. ¡Pruébelo! ¡Solamente pruebe mi producto! Si usted y su esposa no están completamente convencidos en los primeros tres día, simplemente me lo regresa. Usted puede confiar en mí, no solamente soy el mejor vendedor de toda la compañía, sino también un gran amigo, (extiende la mano hacia el prospecto). ¡BIENVENIDOS a nuestra compañía!

Recuerda que donde hay confianza y seguridad, hay trato. ¿Qué mejor manera que inyectar un poco más de confianza y seguridad durante el cierre? Recuerda que tu cliente quiere el producto, le gustó, pero piensa que a lo mejor no puede o quizás no está convencido.

Te tienes que convertir en un amigo, en un familiar que les da la confianza de tomar la decisión en ese momento. Cuando yo desarrollé esta habilidad de persuadir, fue cuando empecé a convertirme en una Estrella de Ventas. Respaldados por un excelente producto y una gran compañía se nos hace más fácil persuadir, pues

sabemos que estamos ayudando nuestro cliente a mejorar su calidad de vida.

Una Estrella sabe que la habilidad de persuadir lo llevará a tener altos niveles de ingreso.

CREENCIAS SOBRE TÚ POTENCIAL

No hay nada más efectivo para cambiar las creencias sobre tu potencial que los resultados. Al tener resultados tangibles como más ingresos y más clientes, tus pensamientos y emociones con respecto a ti y a tu carrera se van a modificar. Te vas a sentir mejor sobre ti mismo y tu actitud va ser mucho más positiva. Tu nivel de energía y entusiasmo también aumentan a otro nivel. Todo sucede porque tienes, ves y sientes los mejores resultados.

Esto va crear un ciclo de cambios muy importantes en el proceso de convertirte en una Estrella. Al tener buenos resultados, se reafirmarán tus creencias sobre tu potencial de convertirte en una Estrella de Ventas.

El hecho de que empiezas a ver que tus ventas suben y que tus ingresos se multiplican, te dará una confianza que engrandece tu visión y tus metas. Ahora tu mente te ayudará a proyectar una visión más amplia y más grande sobre tu estilo de vida, las cosas que quieres y todo lo que puedes ofrecer tu familia. ¡Y todo porque comenzaste a tomar ***Acción*** y a tener mejores ***Resultados!***

Empieza a estimular tu mente y a creer en tu potencial. Empieza a sentir Certeza sobre tu potencial. Empieza a creer en el poder de la capacitación, de la educación, del entrenamiento y -más importante aún- no te veas como un estudiante. Aprende como lo hace un profesor, quien apenas escucha una lección la tiene que enseñar a un grupo de estudiante en el aula.

El dinero grande en ventas está en la duplicación y en enseñar a muchas personas cómo conseguir buenos resultados a corto plazo. Está en enseñarles cómo tú lo hiciste, cómo cambiar las creencias y ayudarlos a engrandecer su visión.

¡Tarde o temprano tendrás un grupo de seguidores! Es la mejor manera de convertirse en un líder y en una Estrella de tu Industria!



CAPÍTULO 3

¿QUÉ TE SOSTIENE?



Los fundamentos juegan un papel muy importante en tu búsqueda de convertirte en una una Estrella y lograr el éxito. El fundamento es lo que va a sostener tu trabajo, tu negocio y tu familia en los tiempos buenos, y -aún más importante- en los tiempos difíciles. Recuerda esto, el ***Qué Hacer*** y la ***Visión*** son dos edificios sostenidos por tus fundamentos, que consisten de tus valores y de tus principios.

¿Cuáles son los principios que guían tu vida y la de tu familia? Los principios son el núcleo del desarrollo personal y de la superación personal, y a pesar de ello existe mucha confusión en su definición. Por ejemplo, para algunos el respeto es un principio y para otros el respeto es un valor.

El famoso autor, Stephen R. Covey analiza el tema de los principios en uno de los primeros capítulos de su libro *Los 7 Hábitos de la Gente Altamente Efectiva,* con el fin de ilustrar más adelante la importancia de centrar nuestra vida en principios. Covey sostiene que:

Los principios son verdades profundas, fundamentales, verdades clásicas, denominadores comunes. Son hebras estrechamente entretejidas que atraviesan con exactitud, consecuencia, belleza y fuerza la trama de la vida. La ética del carácter se basa en la idea fundamental de que hay principios que gobiernan la efectividad humana, leyes naturales de la dimensión humana que son tan reales, tan constantes y que indiscutiblemente están allí como las leyes de la gravitación universal en la dimensión física.

Los principios son como faros. Son leyes naturales que no se pueden quebrantar.

VALORES

De manera general, entendemos los valores morales como convicciones profundas, que orientan el comportamiento y definen la forma de ser de las personas.

Los valores involucran razonamiento, pero también implican sentimientos y nos ayudan a establecer nuestras prioridades y a jerarquizar; a tomar decisiones decisiones y a elegir; a juzgar dichas decisiones y a evaluar, y a tomar las medidas necesarias en base a los resultados de dichas evaluaciones para reforzar o corregir.



Este proceso puede funcionar de manera cíclica, ya que después de corregir podemos volver a jerarquizar sobre las cosas que nos importan.

Para convertirte en una Estrella, tienes que trabajar en tus valores. Tienes que profundizar ciertos valores y principios. Vas a tener que ampliar tus creencias y principios sobre tus habilidades y vas a tener que valorar y dar prioridad a la educación, a la capacitación y al desarrollo en tus habilidades.

REINVERTARSE

Vas a necesitar entender el valor de reinventarte para convertirte en una Estrella. Tienes que comprender que tu pasado no importa. No importa de dónde vienes, lo que importa es a dónde vas. Además, tienes que valorar el éxito y entender que ¡el éxito está OK! El dinero no es algo malo o negativo. Como hombre de negocios, tienes que ganar mucho dinero, es una prioridad. El dinero es una de las herramientas en la que te apoyarás para que tu carrera como Estrella de Ventas crezca y expanda. También, mantén siempre un lenguaje positivo y mantente bien organizado. Organiza tu mente, tu oficina y tu vida de familia.

Es importante notar que cada estrella es una marca. Por ejemplo: el boxeador Muhammad Ali es considerado el más grande peleador de todos los tiempos. En una entrevista le preguntaron cómo se convirtió en el mejor boxeador que ha vivido y el respondió: *"Porque yo lo dije"*. ¡Es así de simple!

Debes reinventarte con un título nuevo que sea consistente con tu marca y no olvides que ¡tú eres la marca! Enfócate en un nicho, en un segmento de tu mercado e informa a todo el mundo sobre tu marca. No operes con miedo o temor pues siempre hay grandes oportunidades no importa en qué ciclo esté la economía.

Mucho más importante es que continúes aprendiendo y creciendo. Ser bueno no es suficiente hoy día, tienes que ser perfecto. Cuando tomas la decisión de reinventarte te sentirás re-nacido, re-juvenecido, re-inspirado, re-vitalizado, re-cargado y la re-cesión económica nunca te afectará.

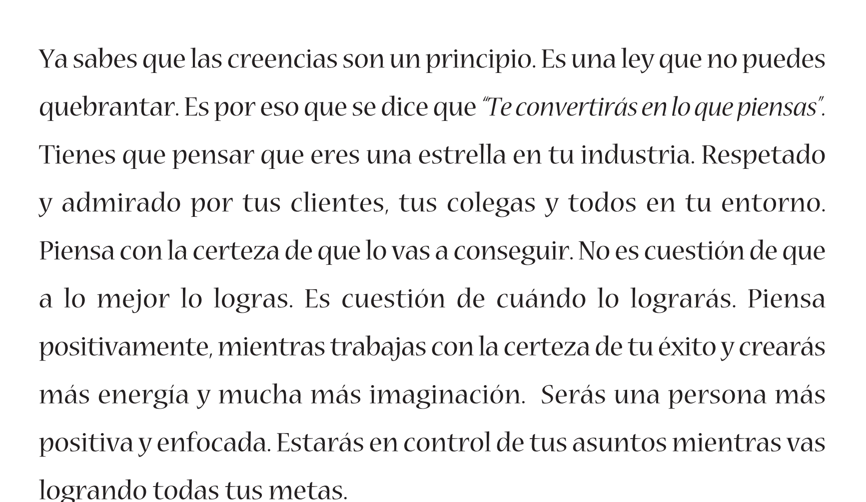
CERTEZA

Una parte de tus principios son las creencias. Tienes que sentir la certeza de que vas a lograr convertirte en una Estrella en tu industria. Tienes el potencial, pero hasta que no entiendas la estrategia y la pongas en acción no vas a notar el cambio. Si lo puedes hacer, debes tener la certeza de que lo vas a lograr.

La actitud positiva desempeña un papel muy importante para conseguir el éxito. Asegúrate de que mantengas la actitud correcta. ¿Qué significa actitud?

La actitud es la manera como te diriges. Es la manera como te enfocas en cualquier situación. Asegúrate de que mantengas una actitud de certeza.





Ya sabes que las creencias son un principio. Es una ley que no puedes quebrantar. Es por eso que se dice que *"Te convertirás en lo que piensas"*. Tienes que pensar que eres una estrella en tu industria. Respetado y admirado por tus clientes, tus colegas y todos en tu entorno. Piensa con la certeza de que lo vas a conseguir. No es cuestión de que a lo mejor lo logras. Es cuestión de cuándo lo lograrás. Piensa positivamente, mientras trabajas con la certeza de tu éxito y crearás más energía y mucha más imaginación. Serás una persona más positiva y enfocada. Estarás en control de tus asuntos mientras vas logrando todas tus metas.

TU PEOR ENEMIGO

Tienes que tener mucho cuidado con el peor enemigo de una Estrella: este enemigo es el ***desánimo.*** No hay peor condición para el ser humano, aunque es muy fácil de combatir si comprendes su origen. El desánimo es simplemente un sentimiento de desesperación ante los obstáculos. Eso es todo. Si dejas que te afecte, el desánimo puede ser paralizante pues te congela y no te deja tomar acción. Es un sentimiento único en los seres humanos. Como es un sentimiento, una Estrella sabe que las emociones y los sentimientos se pueden controlar.

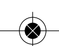
¿Pero de dónde proviene el desánimo? Esta condición proviene de la falta de habilidad y visión. Cuando una persona no tiene las habilidades adecuadas y solamente tiene resultados y experiencias negativas: ¿Qué le va a suceder? Se va a desanimar.

En las primeras semanas de mi carrera de ventas, decidí ir a tocar puertas para tantear el área de trabajo. Tenía mucho temor a lo desconocido y quería que alguien me llevara y que lo hiciera para ver el procedimiento. Toma en cuenta que ya en la oficina de Ventas me habían enseñado varias veces cómo hacerlo. Ya tenía el conocimiento adecuado.

Un nuevo compañero de trabajo me dio la confianza necesaria para hacerlo. Me dijo: "Luis, somos profesionales y aunque nunca lo hemos hecho, no significa que no podemos hacerlo". Tenía mucha razón, a la tercera puerta que tocamos logramos fijar una cita y hacer una venta de $1,254 que generó ingresos brutos de $500. Para cuando terminamos, ¡todavía no eran las cuatro de la tarde!

Pero si no tuviera la habilidad de tocar la puerta, lo más seguro es que la experiencia sería muy negativa y me desanimaría. El tener la habilidad correcta y la visión de contratar más vendedores, me ayudó a utilizar esta herramienta con muy buenos resultados. En muchas ocasiones salí con mi equipo de ventas a tocar puertas y generábamos hasta $10 mil dólares en ventas en un sólo día.

¡El desánimo proviene de la falta de habilidad y la ausencia de metas!



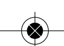
PRIORIDAD EN APRENDER

Una Estrella comprende que aprender habilidades de negocios es una prioridad. Tienes que invertir en ti y en tus conocimientos. La mayoría de las personas gastan más de $600 al mes en su carro. Esto incluye la gasolina y el seguro. ¿Qué crees que pasaría si invirtieras $600 cada mes en ti, en cursos de ventas, en un entrenador o en un mentor de liderazgo?

Recuerdo cuando compré mi primera casa y mi primer carro. Me sentí nuevo y sentí que podía conquistar cualquier cosa. La vida de una estrella de Rock & Roll es bien excitante, porque tienen una audiencia nueva todas las noche. Por lo tanto, se rejuvenecen cada noche y por eso es que pueden hacer grandes shows, pues cada noche es nueva otra vez. Entonces, cuando pierdes esa chispa, empiezas a caer y a retroceder. ¡No dejes que suceda, haz de aprender más una prioridad en tu carrera!







CAPÍTULO 4

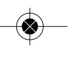
¿A DÓNDE VAS?



El segundo edificio de tu proyecto de vida es la ***Visión.*** El edificio de la visión consiste en todo aquello que quieres lograr con tu vida profesional, personal y espiritual. Así es, cada Estrella tiene que tener una visión, una meta, un sueño de las cosas que quiere conseguir en estas tres áreas de su vida.

En tu carrera profesional es muy importante tener una clara visión de lo que quieres lograr a corto y a largo plazo. Tienes que tener bien definido y por escrito, dónde quieres estar en un año, en tres, en cinco y en diez años.

Tener una clara visión de tus objetivos y metas te ayuda elegir correctamente el rumbo y la dirección que necesitas tomar para



lograrlo. La visión te ayuda a definir el mapa del camino que tienes que seguir y te da la motivación para identificar las actividades que se tienen ***que hacer.*** Hombres de rumbo, con una visión clara, saben hacia dónde se dirigen y saben hacia dónde va su carrera.

*"**La peor tragedia en la vida es no tener una visión.**"*
*- **Juan Laine***

RUMBO Y DIRECCIÓN

En todos mis estudios de Ventas y Liderazgo, un curso en particular se destaca más que los demás. Es el curso de *Liderazgo Avanzado* de la Escuela de Sabiduría, conducida por uno de mis mentores, Juan Laine. En este importante curso aprendí mucho sobre la importancia de tener una visión y su relación con convertirse en Estrella de Ventas. Aquí quiero compartir unas verdades que aprendí en el curso;

- Sin visión el pueblo perece
- No hay peor ciego que el que teniendo vista no quiere ver.
- La persona más pobre del planeta no es la persona que no tiene dinero, sino la que no posee una visión.
- Hay ciegos que siguen a otros ciegos.
- La vista es una función de los ojos, pero la visión es una función del alma.
- Tu futuro no está delante de ti, sino que esta dentro de ti.
- Quien no puede ver lo lejano se vuelve esclavo de lo inmediato.



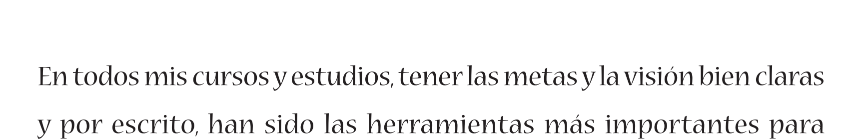


Otro gran mentor, Adrián Olmedo, siempre decía "atrévete a soñar". Él es un maestro en el tema de la Visión y de la importancia de trabajar esta visión constantemente. En mis estudios de liderazgo aprendí que la visión, las metas, y los objetivos no son una donación en la vida de una persona: se trata de un don que debe ***ser trabajado*** y ***desarrollado*** con conciencia y responsabilidad.

Es por eso que es importante ver la visión de tu negocio como edificar un edificio. Piso por piso tienes que adelantar tus metas, tus objetivos y la gran visión de un futuro mejor. Trabaja el don que te permite tener la visión de convertirte en una Estrella, en un experto en tu industria y verás la prosperidad que vas a conseguir.

Al trabajar este don de manera predominante, te convertirás en una de esas personas exitosas que saben lo que son, saben lo que quieren y saben lo que necesitan hacer para lograrlo. El saber qué es lo que quieres –visión-, te dará el impulso para tomar acción. La visión es el combustible que te ayuda tomar ese impulso, ganar esa fuerza para lograr convertirte en la estrella que quieres ser. También recuerda que ¡la visión es la primera defensa contra el desánimo!

Cuando estás cansado, frustrado y piensas que no obtienes los resultados que deseas, has una pausa y piensa en lo que sucede. Regresa a la visión de lo que estás tratando de alcanzar, visualiza qué es lo que viene en un futuro cercano y verás cómo cambias de actitud. La visión te re-energiza y te ayuda a seguir en tu camino hacia el éxito.


En todos mis cursos y estudios, tener las metas y la visión bien claras y por escrito, han sido las herramientas más importantes para alcanzar los resultados que he conseguido.

UN MAPA

Toma un tiempo y medita sobre tus metas y sobre la visión de un mejor futuro. Es muy importante escribirlo y declararlo. Escribe tu visión y verás cómo activas el proceso que pone en acción un método. Ejemplo: Ganar $6,000 cada mes. Esa es una visión o meta a corto plazo. Para muchos, ganar esta cantidad puede resolver muchos problemas económicos. Al escribir la meta y declararla, empiezas a identificar los retos y obstáculos que se presentan ante ti para el cumplimiento de esta meta. Estos son:

- Indetifica Problemas – Identifica todos los obstáculos que tienes de frente y busca una solución. Verás que los problemas son más mentales que reales.
- Identifica Conocimiento y Habilidades que careces.
- Identifica Personas y Grupos que puedan ayudarte
- Identifica una Fecha Límite.
- Crea una Agenda de Trabajo para lograr tu meta.

Escribe e identifica todos los obstáculos por superar y verás que es más simple de lo que pensabas. Cuando identifiques los problemas que se presentan para conseguir los $6 mil dólares mensuales, entonces busca la solución o las soluciones para rebatir este obstáculo. También identifica el conocimiento y las habilidades que

te faltan. Busca quién tiene esta información y pide apoyo. Al mismo tiempo busca enterarte de cómo puedes obtener ese conocimiento. No olvides que el conocimiento es poder.

En tu ruta hacia el éxito, debes identificar los grupos y las personas que te pueden ayudar. Hay muchos grupos hispanos -cómo lo es la Cámara de Comercio- dónde los empresarios se reúnen y establecen relaciones para brindarse apoyo mutuo.

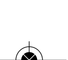
Toma acción y por en marcha todas estas gestiones y verás resultados inmediatos. Para conseguir ser una celebridad en tu industria vas a necesitar:

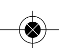
- conocimiento
- experiencia
- apoyado por un gran producto altamente comercial

Verás cómo la gente va querer estar contigo y comprar lo que tienes que ofrecer. Vas a elevar tu negocio a niveles superiores de efectividad.

NO SEAS PULGUITA

La mayoría de las personas en ventas directas fracasan. Muchos abandonan la compañía donde están, sin darse una oportunidad real de cambio en sus vidas. Hay toneladas de gente que busca una respuesta a su situación en otra empresa. No van a encontrarla. Son como la pulguitas que saltan de compañía en compañía sin llegar a ningún lado.





Ellos piensan que la respuesta está en otro producto, en otro equipo o en otro plan de compensación. Sin embargo, la respuesta se encuentra dentro de ellos mismos. Mira a tu alrededor. Si la gente está ganando dinero en la empresa a la que perteneces y tú no estás ganando ninguno, la respuesta eres TÚ. No es culpa del plan de compensación, no es culpa de su patrocinador y no es culpa de su producto. La responsabilidad recae en ti. La buena noticia es que, al final, si haces lo que tienes que hacer, también ¡eres el responsable del éxito que has creado y que te convierte en una Estrella de Ventas!

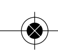
CAPÍTULO 5

EL ARTE DE VENDER



Para los hispanos, la carrera de Ventas es una gran oportunidad. La profesión de Ventas está catalogada entre las tres con ingresos más altos. Es una profesión con el potencial de generar altos niveles de ganancia y recompensa, sin tener una educación universitaria y -en no pocos casos- de escuela superior. ¡Eso sí es oportunidad!! Todo lo que necesitas es creer en ti mismo, reconocer que la oportunidad que se te presenta puede determinar tu destino y tener verdadero compromiso contigo mismo para conseguir el éxito en ventas.

La venta es una obligación. Si has hecho el compromiso de lograr el éxito a través de las ventas, entonces debes reconocer tu obligación contigo mismo, con tu familia, con tus clientes, con tu compañía y con tus prospectos.



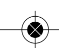
Tienes un compromiso con tu prospecto de mejorar su calidad de vida o su nivel de negocio, siempre y cuando tu producto y tu servicio le puedan proporcionar a tu prospecto los medios para esta mejoría. Toma en serio tu obligación pues tienes que creer profundamente en todo lo que tienes que ofrecer. De esa manera puedes intercambiar lo que ofreces por el tiempo y el dinero de tus prospectos. A continuación te voy a enseñar los pasos que tienes que seguir para convertirte en una Estrella de Ventas.

TE PRESENTO A AÍDA

AIDA es un simple modelo de ventas creado hace muchos años. La palabra *AIDA* es un acrónimo que se compone de las siglas de los conceptos de atención, interés, deseo y acción. Son cuatro pasos que el cliente debe dar, ordenada y progresivamente, para tomar la decisión de comprar tu producto o servicio. Apréndelo, utilízalo y verás como triplicaras tus resultados en las ventas.

Es una herramienta que -bien utilizada- logra generar ventas "suaves", eliminando así las objeciones que suelen surgir durante el cierre. Este proceso te permitirá presentar tu producto mediante un proceso de liviana fluidez -desde la entrada hasta el cierre- y de esa manera puedes obtener la respuesta que deseas de tu prospecto, que es la adquisición del producto.

Para ello, diversos autores y expertos en temas relacionados con la venta, sugieren utilizar el modelo AIDA, debido a que su estructura apunta a:



1. Capturar la *Atención* del prospecto
2. Mantener su *Interés* en tu mensaje
3. Crear el *Deseo* de adquirir el producto, y…
4. Conseguir que tomen *Acción* de compra.

CAPTURAR LA ATENCIÓN

En la venta personal, la mejor manera de captar la atención es através de la cortesía y del respeto. Debes realizar tu trabajo con una gran sonrisa y con un lenguaje corporal y facial que demuestra entusiasmo y positivismo. También captarás la atención presentando una buena imagen profesional, con una clara demostración de interés por el prospecto, con empatía hacia lo que te comunica y haciéndole ver que comprendes todas sus preocupaciones.

La atención se otorga a aquello que tiene relación con nosotros. Todo lo que afecte a nuestro "yo" es objeto de atención: puede significar peligro o beneficio; puede que sea halagüeño u ofensivo. En lo siguiente puedes ver varios ejemplos de cómo lograr captar la Atención:

- Un regalo o un sorteo, son actividades muy utilizadas en las ventas y que llaman mucho la atención, ya que hay un gran beneficio en ganarse el premio.
- Las frases y hechos son también herramientas para capturar la atención. Un ejemplo puede ser: *"Muchas personas quisieran comer más saludable. La mayoría de las*



personas no saben cómo hacerlo y se les hace bien difícil. Pero hay un grupo de personas que logró mejorar la salud y ahorrar más de $200 cada mes."

- Los elogios y agradecimientos también son maneras de captar la atención. Los seres humanos somos sensibles al agradecimiento sincero y espontáneo de alguien. También los elogios sinceros hacia la persona, su trayectoria en la vida o su familia son útiles para captar la atención.

Piensa en otras maneras que puedes utilizar para captar la atención de tu cliente. Una vez que has logrado captar su atención, puedes pasar a la siguiente fase: el Interés.

CREAR Y MANTENER EL INTERÉS

Una vez que se ha capturado la *atención* del posible comprador -que por cierto, suele durar muy poco- se necesita crear un **interés** hacia lo que se está ofreciendo y retenerlo el tiempo suficiente como para terminar la presentación.

La mejor manera de crear y mantener el interés es ayudando al comprador a resolver un problema. Necesitas ayudar al prospecto a identificar y reconocer que tiene una necesidad o que se encuentra ante un problema. Nadie va a comprar tu producto o servicio, a menos que reconozca que hay una necesidad, deseo o problema. La función del vendedor, es ayudarlo a descubrir, aclarar e intensificar esa necesidad o deseo.



Tendrás que guiar al prospecto haciendo preguntas concernientes a lo que le agrada, lo que le disgusta o acerca de sus esperanzas, temores y problemas -todo ello relacionado con lo que se está ofreciendo. Debes hacerlo de tal forma, que llegue por sí mismo a la conclusión de que necesita algo, o que desea alguna cosa en especial, o sencillamente, que tiene un problema. En el próximo capítulo, Estrella de Prospección, reconocerás la oportunidad y la importancia de hacer buenas preguntas en relación a los problemas que presenta tu prospecto.

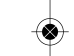
Al mismo tiempo, al hacer sugerencias sobre cómo tu producto o servicio puede beneficiar al comprador, ayuda crear y a mantener el interés. Ejemplo: *"¿Estamos de acuerdo que necesitan un seguro de salud para toda la familia? Precisamente nuestra compañía tiene la mejor opción en seguros. ¿Estaría bien si se la muestro?"*

CREAR EL DESEO

El *Deseo* de poseer el producto es consecuencia de una buena demostración. Este paso consiste en mostrar y convencer. Una demostración es exponer el producto en uso, destacando los beneficios que proporcionará al comprador. Es importante crear la sensación de que ya tiene el producto, de que ya tiene la solución que le brinda el producto. Esto produce una segunda sensación: esta vez de ansiedad o temor de perder el producto, de perder la solución a su problema, de perder la satisfacción de tener la solución de un problema... si no decide comprar.

En la presentación tienes que explicar claramente qué es lo que hace el producto o servicio, cómo funciona y qué servicios adicionales incluye (garantías, plazos de entrega, mantenimientos, etc.). Debes mencionar las ventajas más importantes que tiene el producto con respecto a otro similar de la competencia pero sin mencionar el nombre del competidor. También es muy necesario presentar una lista de las ventajas de tener o adquirir el producto o servicio y las desventajas de no tenerlo.

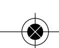
Debes hacer uso de los beneficios más fuertes que el producto ofrece. Por ejemplo, un ama de casa no compra cremas y cosméticos sino que compra lo que esos cosméticos harán por ella: verse mas linda y joven, eliminar las arrugas o sentirse más hermosa. Por lo tanto, son esos los beneficios -lo que hace el producto por el cliente- los que despiertan el deseo hacia lo que se está ofreciendo.



Durante la presentación, es vital hacer preguntas de cierre. Estas son preguntas que obligan al comprador contestar "si" y por consiguiente ayudan a despertar el deseo por tu producto. Durante la presentación es recomendable hacer por lo menos 15 preguntas de pre-cierre. Dos ejemplos:

- *"¿Puede ver cómo mi producto le ayuda a ahorrar dinero?"*
- *"¿Se sentiría bien ahorrando tanto dinero?*

Si dominas las preguntas de pre-cierre y logras que las contesten de una manera favorable, estás en camino de cerrar una venta sin que se presenten objeciones.



TOMAR ACCIÓN

Este es el último paso. No se puede decir que sea el más importante porque es una consecuencia de los tres pasos anteriores. La venta realmente se cierra si se mantiene el Interés y el Deseo. En todo caso, esa la parte definitiva de la presentación porque en ella se produce el resultado que se desea obtener: El pedido o la orden de compra.

Este es un momento en el que existen dos puntos de vista:

El del cliente: Es el que está evaluando si los beneficios del producto van a solucionar un problema o satisfacen su necesidad y deseo. Además, esta comparando las ventajas y desventajas de tener o no el producto o servicio hoy mismo o si debería esperar.

El del vendedor: Es el que considera que éste es el momento oportuno de ayudar al cliente a decidirse por la compra y de persuadirlo para que actúe ahora mismo.

Es bien importante que evites una atmosfera de presion. Es decir, no se debe insistir demasiado porque puedes irritar al cliente. Establece con calma las razones para comprar y luego pide la venta de manera cortés pero directa. Ejemplos:

- *"¿Hacemos la orden a nombre de usted o de su esposa?"*
- *"¿Le gustaría utilizar el producto mañana o el viernes?"*
- *"¡Gracias por darme la oportunidad de ser su Ejecutivo de Cuenta!"*



Toma acción y demuestra confianza en ti mismo y en tu producto. Actúa como si ya supieras que el prospecto se muere por tener tu producto. Hay un dicho en inglés que dice "Always be closing[1]." Durante esta fase final, siempre mantente pidiendo y cerrando la venta. Cuando logras dominar estos cuatro pasos te conviertes en una Estrella de Ventas.

[1] *ABC es un acrónimo de "Always Be Closing" y tomó popularidad a partir de la película "Glengarry Glenn Ross: Always Be Closing!" de 1992, con Al Pacino, Jack Lemmon, Ed Harris y Kevin Spacey. Fue escrita por David Mamet, dirigida por James Foley y nominada al Oscar.*

CAPÍTULO 6

ESTRELLA DE PROSPECTAR



Tu clave para convertirte en una Estrella de Ventas, tiene que ver más con tus habilidades para prospectar que con cualquier otra habilidad. En este capítulo, me gustaría ofrecerte la idea de que tu éxito como hombre o mujer de negocios no está relacionado con tu capacidad de dar información, sino con tu habilidad para obtener información. Para llegar a lo más alto de la industria, tienes que convertirte en un maestro de la prospección.

Una persona puede tener una buena apariencia, ser excepcional en su telemercadeo, dar excelente presentaciones y ser buena cerrando tratos, pero fracasará en las ventas si no tiene a nadie con quien hablar.

Por otro lado, dame un novato al que sólo le he enseñado cómo prospectar extraordinariamente y te garantizo que venderá un 80% más que las personas en toda su industria. Este capítulo te guiará en la búsqueda de más y mejores prospectos. Recuerda, tu éxito en convertirte en una Estrella en tu industria dependerá mucho de tu capacidad de prospectar.

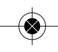
PROSPECTAR ES MERCADEO

Seamos realistas, los nuevos clientes no entran sencillamente a través de la puerta, dispuestos a hacer negocio. Si quieres crecer, tienes que salir a buscar esos dólares. La mayoría de los vendedores odian prospectar. Pero una Estrella de Ventas entiende que su habilidad para prospectar tiene que ser a nivel de Maestría.

Un buen punto de vista es que la prospección y el mercadeo son lo mismo: buscar, mirar, explorar. Si los vendedores lo miran desde el punto de vista del mercadeo, prospectar tiene mejor sentido.

Un gran ejemplo son los fabricantes de automóviles como Ford y General Motors. Ellos prospectan en el mercado todos los días a través de la televisión nacional, radio, revistas, letreros, periódicos y mucho más.

El concesionario está en segundo lugar en la prospección de clientes a través de la televisión local, radio, Internet, anuncios de periódicos, contribuciones a la comunidad, el patrocinio de equipos deportivos locales y mucho más. El tercer lugar lo ocupa el vendedor, pero



muchos de los cuales, en mí de opinión, han dejado caer la pelota. Es decir, sólo esperan que llegue un prospecto para venderles un auto.

UN ESTADO MENTAL

Muchos vendedores han olvidado los fundamentos de prospectar. Cuando el teléfono no suena o no llegan clientes, culpan a su producto o a la compañía. Por esa razón es necesario tener mucha persistencia, planificación y un adecuado entrenamiento.

La prospección debe ser vista como una forma de pensar y no sólo como una actividad. Nunca encontrarás un vendedor que fracasó porque tenía demasiados prospectos con quienes hablar. Para la mayoría de los vendedores, la búsqueda de nuevos clientes es sin duda el aspecto más difícil y estresante de la profesión.

Recuerda, realmente no importa qué tan competente eres o qué tan bien conoces tu línea de productos; si no tienes prospectos con los cuales hablar fracasarás en ser Estrella de Ventas.

¿CUÁL ES EL PROPÓSITO?

Las Estrellas de Ventas que conozco son oyentes excepcionales y sólo hablan a medias. El propósito de la prospección es obtener información del prospecto. ¡No es para dar información y mucho menos para vender! Al mismo tiempo, ya sabemos que la gente hace negocios con aquellos que conocen, les agradan y les tienen

confianza. En la prospección tenemos la única oportunidad para establecer una relación con tu futuro cliente. De la manera en que comiences la relación, depende la forma en que terminará la venta.

Ya sabes que todo ser humano tiene una barrera natural contra el vendedor. Si tu prospecto percibe que le estás tratando de vender algo, terminará la relación en un instante. Esto también se aplica al negocio Multinivel o Red de Mercadeo. ¡No vendas tu producto o tu oportunidad de negocio cuando estés prospectando!

PREGUNTAR ES PODER

Mientras más información tengas sobre tu prospecto, más altas las probabilidades de que se convierta en tu cliente. La información por obtener tiene que ser pertinente a sus necesidades y deseos. A muchos vendedores se les hace difícil vender, pero no se dan cuenta que muchas veces no están hablando con un prospecto calificado.

La clave de una prospección eficaz es la capacidad y la disposición de hacer suficientes preguntas, todas de manera correcta, hasta que sientas que tienes un buen prospecto. ¡La mejor herramienta para prospectar es hacer preguntas!

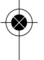
Las preguntas establecen una atmósfera de control. Es la mejor forma de establecer conversación con un prospecto de manera controlada. Las preguntas también te dejan saber cuán cooperativo será tu prospecto cuando hagas una presentación. Otra razón para hacer buenas preguntas es que te ayudan a obtener valiosa

información sobre los problemas, las necesidades y los deseos de tu prospecto Muchas veces, ¡ellos te dicen qué es lo que tienes que decir para venderles!

Recuerda que la gente quiere hacer negocios con aquellas personas a las que conocen y en las que confían. Hacer preguntas ayuda establecer una relación y un vínculo de amistad con los futuros clientes.

TIPO DE INFORMACIÓN

Muchos de los vendedores no llegan a obtener la información que necesitan, simplemente porque no hacen las preguntas correctas o porque no las expresan de manera correcta.



Toma un papel y -para cada tipo de información que necesites-escribe y diseña preguntas que si se le hacen a un total desconocido, producirán el tipo de respuesta que tú requieres.

En mi negocio, el perfil de un prospecto ideal es una pareja casada, dueños de casa y ambos trabando. El tipo de pregunta que hacemos durante la conversación es la siguiente:

- "¿Está usted casada? o ¿Está usted casado?"
- "Para hacerles llegar la información, ¿a qué hora llega usted del trabajo?"
- "¿A qué hora llega su esposo del trabajo?"



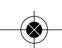
- "Nuestra compañía hizo un estudio para identificar cuántos hispanos adquirieron casa en los últimos 10 años: ¿Usted ya es dueño de casa o esta rentando?"

COMO GANARTE LA GENTE

No olvides que durante la prospección debes aprovechar la oportunidad para escuchar y establecer una relación con tu prospecto. A todos nos encanta hablar de nosotros mismos. La mejor manera de iniciar una relación de amistad con personas desconocidas es haciéndoles preguntas sobre ellos y escuchar con atención.

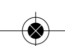
Una Estrella en el área de prospectar entiende que a la gente le gusta hablar de cosas que son importantes para ellos. Tú sólo tienes que escuchar y ponerte de acuerdo con ellos. Coloca a tu prospecto en una posición en dónde él te está enseñando algo. Lo único que tienes que decir es: "¡Qué interesante!", "No sabía eso.", "¡Increíble, gracias por enseñarme!" y verás cómo te ganas la gente en un instante.

Minutos después de la conversación, tu prospecto tendrá emociones positivas. ¿A quién no le gusta enseñarle algo nuevo a otra persona? Asociará esas emociones positivas contigo y con la conversación que acaban de tener. Para cuando hagas la cita o las gestiones de seguimiento, verás que tus prospectos están más que receptivos hacia lo que tienes que ofrecer. ¡Ya vas en camino de convertirte en una Estrella de Ventas!



Quién eres y lo que dices determinará si el prospecto compra tu producto o ingresa a tu organización. En la próxima sección voy enseñarte una herramienta poderosa que te guiará hacia resultados más predecibles y fiables en tu esfuerzo por prospectar.





CAPÍTULO 7

EL ARTE DE ASOCIAR



El crecimiento de tu negocio dependerá de cuántas personas ingresan a tu compañía o red de mercadeo. Me refiero a Asociar o Reclutar vendedores y distribuidores. Tienes que estar claro que los recursos para tu negocio de ventas son la gente. Para incrementar las ventas y tus ingresos, necesitas de más vendedores. Por lo tanto, la persona más importante en tu compañía es la que está encargada de entrevistar a los nuevos representantes de ventas y distribuidores. Si esa persona eres tú, será mejor que desarrolles la habilidad y te conviertas en una Estrella en Asociar.



ESTRELLA PARA RECLUTAR

Si el famoso actor Tom Cruise te llama y te invita a una reunión de negocios, ¿asistirías? Si el negocio es vender bolsitas de arena en el desierto y Tom Cruise quiere hablar contigo sobre este negocio, ¿lo escucharías? Probablemente la respuesta a estas dos preguntas es Sí.

La mayoría de las personas que están en una Red de Mercadeo o que tratan de Asociar o contratar vendedores, no entienden este punto tan importante. Las personas se unen a una empresa o red de mercadeo sólo por la confianza, la afinidad y la seguridad que sienten hacia la persona que les brinda la oportunidad.

Este es el factor más importante a la hora de tomar la decisión de unirse a una empresa multinivel o negocio de venta directa. Por lo general, el prospecto no puede ver la compañía o tocar las instalaciones, tampoco puede tener una experiencia personal con el producto o servicio el día de la entrevista. Lo único que puede percibir, ver y tocar es a la persona que les expone la oportunidad y esa persona eres tú.

ESTRATEGIA EQUIVOCADA

A la mayoría de las personas se les hace imposible asociar o reclutar vendedores para sus organizaciones. No se dan cuenta de que el enfoque o la estrategia que utilizan están equivocados. Cuando están hablando con el prospecto, ponen su atención en vender la oportunidad, en promover el plan de compensación y en aquellas



personas que han logrado conseguir el éxito en la empresa. Sin embargo, el prospecto esta más interesado en conocer sobre la persona que está haciendo la presentación.

Las Estrellas de Reclutamiento entienden:

1. Que la manera en que los prospectos perciben al presentador es lo que determinará una decisión favorable de unirse a la empresa.
2. Que al prospecto no le interesa que el presidente de la empresa tiene un jet privado o que haya distribuidores que ganan millones de dólares al año. En tal caso el prospecto estará pensando: ¿Será verdad?, ¿Puedo yo hacer lo mismo?, ¿Puedo confiar en él?, ¿Me engañarán? Habrá más dudas que respuestas.

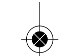
Lo que el prospecto desea saber, es si es verdad lo que le están exponiendo. Si realmente puede confiar en la persona que le está mostrando la oportunidad de negocio. El prospecto quiere sentirse seguro y confiado ante el expositor.

SE TRATA DE TI

Para convertirte en una Estrella exponiendo y haciendo demostraciones, debemos pensar como piensan nuestros prospectos. En resumen, se trata más de ti como persona que de tu producto, compañía o plan de compensación. Por ello, es muy importante tu historia personal, de dónde vienes en tu carrera, en

dónde estás hoy día y tu plan de trabajo para lograr conseguir el éxito de convertirte en un Estrella en tu Industria.

Tu historia tiene que ser confiable. Tiene que ser una en la que el prospecto se sienta identificado y que también le despierte el entusiasmo y la confianza en sí mismo para empezar una carrera en la industria de ventas y mercadeo en red. Desarrolla tu historia platicando un poco sobre tu descendencia. De dónde vienes y cuáles han sido tus experiencias. Puedes conversar sobre cuáles han sido tus obstáculos antes de encontrar este negocio. Habla sobre los tiempos difíciles que has enfrentado en la vida, qué has hecho para superarlos y apoyar a tu familia. Menciona también dónde estás hoy día en tu carrera de ventas y los resultados que has conseguido.



Tus ingresos no son un factor vital para asociar. Más importante que tus ingresos es el "plan" de acción para llegar a donde quieres ir. Habla de tus sueños, de tus metas a corto y largo plazo y sobre los pasos estás tomando cada día para ser una Estrella en tu negocio.

Muchas personas cometen el error de hacer presentaciones largas, enfocando los detalles en la oportunidad de ganar dinero, en el producto, en el plan de compensación y en el nombre de los que ganan mucho dinero y que encabezan la organización. Aunque estos detalles podrían ser interesantes al oído del prospecto, es importante entender que no son el factor que les hace tomar la decisión en unirse a la compañía u oportunidad de negocio.



Así como nosotros tenemos una lista de virtudes que deseamos que posean nuestros prospectos, ellos también desean ver tres virtudes en nuestra persona En septiembre del 2006, asistí al curso de Liderazgo Avanzado de mi mentor y gran amigo, Juan Laine. Para llegar a los niveles más altos de tu industria, tienes que desarrollar la virtud de ser un buen líder. El prospecto quiere ver que eres una persona Consecuente, Competente y Servicial.

El prospecto quiere ver que eres una persona Consecuente. Una persona que dice y hace es la señal que quieren reconocer en ti. Necesitas ser consecuente con tus palabras y con tus acciones, deben ver la pasión en tus ojos por el trabajo que realizas. Esto logrará crear una atmosfera de confianza, credibilidad y oportunidad. Así podrás aumentar la posibilidad de que los prospectos tomen la decisión de trabajar contigo.

El prospecto también quiere ver que eres una persona Competente. El crecimiento de una persona o de un negocio inspira a los seres humanos. Es de suma importancia que el prospecto vea que eres una persona competente y en continuo crecimiento y desarrollo personal y profesional. Es decir, tiene que ver y notar el desarrollo de tus habilidades en el campo de las Ventas. Si no ve evidencia de que eres una persona competente en el área de Ventas las probabilidades de que ingrese a tu compañía son bajas. El simple hecho de que el crecimiento se detenga causa estancamiento y acarrea un retroceso en tu carrera profesional como vendedor.

Por último, el prospecto desea ver que su líder es ejemplo y modelo de lo que dice. Se produce una gran desconexión cuando el prospecto nota que su líder no enseña con su ejemplo. Si expones la importancia de prospectar, dar presentaciones y reclutar como técnicas de crecimiento, tienes que mostrar la virtud de servir de inspiración y ser ejemplo en estas áreas. Si logras hacerlo, esto aumentará la seguridad y el sentido de autoridad, piezas claves para que tu prospecto tome la decisión de ingresar a tu compañía.

Una gran herramienta para convertirte en Estrella de Ventas y en los negocios es asistir a la Escuela de Liderazgo y Sabiduría con Juan Laine. Lo puedes encontrar en www.juanlaine.org

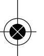
¿QUÉ DECIR?

Todos los prospectos son buenos socios para tu negocio. Somos nosotros los que dañamos al prospecto con lo que decimos y hacemos. Los seres humanos por naturaleza tienen una barrera contra las ventas. Al percibir que nos están vendiendo un producto o una oportunidad, instantáneamente creamos una barrera y nos distanciamos de la persona que identificamos como vendedor.

¿Alguna vez has recibido la llamada de un vendedor? Cuando vamos de compras a las tiendas, qué decimos cuando se acerca el vendedor y pregunta ¿Necesitan ayuda? Usualmente decimos que no aunque sí estamos buscando algún artículo. Esta es la barrera natural que existe hacia las ventas y los vendedores.

¿Piensas que a lo mejor a ti también te van ha rechazar cuando te acercas a un prospecto a venderle la oportunidad de tu negocio? Probablemente sí, a menos que desarrolles la habilidad de no crear barreras contra las ventas. Hay una simple fórmula que se debe seguir para que tus prospectos no se alejen.

Cuando se trata de una oportunidad o de un negocio, nuestra mente y nuestras creencias están programadas para rechazar este tipo de información. Simplemente nuestras creencias no nos permiten tomar o recibir este tipo de mensaje, al contrario, está programada para rechazarlo de inmediato. Es por eso que muchas personas fracasan en las redes de mercadeo o simplemente no pueden incorporar vendedores a sus negocios.



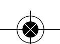
Una simple formula que puedes utilizar para asociar es la siguiente:

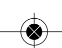
1. Declara un hecho o realidad
2. Declara otro hecho y otra realidad.
3. Menciona un beneficio.

Si estas en la industria de cosméticos, puedes mencionar lo siguiente:

1. El clima de verano es dañino para la piel. (realidad)
2. El calor y la humedad acelera la aparición de arrugas. (realidad).
3. Pero hay un grupo de señoras que averiguó como retardar las arrugas por lo menos 10 años más. (Beneficio).







Si estas en la industria de seguros de salud puedes mencionar lo siguiente:

1. Todas las personas saben lo costoso que es estar asegurados.
2. A todos nos gustaría tener un buen seguro de salud.
3. Pero hay un grupo de personas que logró conseguir una póliza costo-efectiva para toda la familia.



Al mencionar la oportunidad de esta manera, las creencias del prospecto no están programadas para rechazar hechos o realidades con beneficios. Los hechos son una realidad, por lo tanto la mente los recibe. El beneficio crea curiosidad, que viene siendo algo que activa muchísimo nuestra mente. ¡Somos seres curiosos! Si practicas esta técnica con mucha persistencia, notarás que la gente te preguntara "¿cómo?", interesados en conocer "el secreto" que funciona para otras personas. Así es como logras dar tu presentación y así es como te conviertes en una Estrella en Asociar personas a tu negocio.



CAPÍTULO 8

ESTRELLA DE TELEMERCADEO



El Telemercadeo es una herramienta que yo utilizo para generar más negocio. Cada día que estoy en la oficina, agarro el teléfono y hago más de 20 llamadas nuevas. Es decir, hablo con 20 personas que no había hablado anteriormente. Es un numero bajo desde el punto de vista de Telemercadeo, pero lo importante no es la cantidad si no el papel que juegan esas llamadas con respecto al crecimiento de mi negocio.

De las veinte llamadas que hago, usualmente logro hacer contacto con sólo diez personas. En otras palabras, hago contacto con la mitad. De esas diez personas logro hacer cuatro citas, ya sean para presentaciones con prospectos, agregados a clientes existentes, o

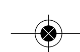
pueden ser entrevistas para asociar nuevos distribuidores y vendedores. Hago las llamadas todos los días y al final de la semana tengo más de veinte citas relacionadas con el desarrollo de mi compañía.

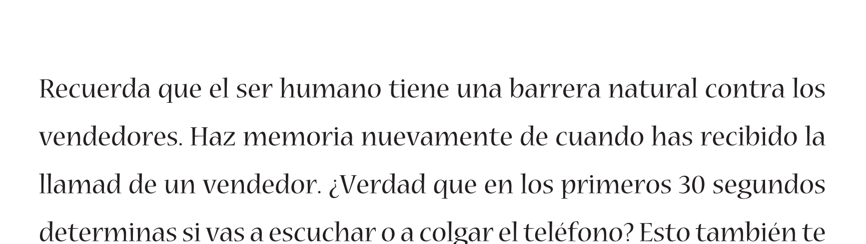
No es casualidad que logro vender o asociar personalmente un promedio de 240 nuevas cuentas cada año. ¡Y sólo estamos hablando de mi producción personal! La Estrella de Ventas valora el poder de esta importante herramienta llamada Telemercadeo. Es una habilidad que tienes que desarrollar para llegar a los niveles más altos de tu industria.

EL PROPOSITO DE TELEMERCADO

Como estrategia, el Telemercadeo se puede utilizar para diferentes funciones. Lo puedes utilizar para prospectar nuevos clientes, para dar seguimiento, para concretar citas con prospectos, para asociar nuevos distribuidores y también lo puede utilizar para ofrecer tus productos o servicios. No importa cuál sea el objetivo, antes de hacer la primera llamada se tiene que entender cuál es el propósito del Telemercadeo.

El propósito principal del Telemercadeo es obtener información. Aún cuando te ocupe la gestión de ventas por teléfono, la utilización la esta herramienta del Telemercadeo es para conseguir información de tu prospecto. Con base en esta información puedes identificar si la persona es un prospecto calificado y también si existe la necesidad y el deseo por tus productos y servicios.





Recuerda que el ser humano tiene una barrera natural contra los vendedores. Haz memoria nuevamente de cuando has recibido la llamad de un vendedor. ¿Verdad que en los primeros 30 segundos determinas si vas a escuchar o a colgar el teléfono? Esto también te va suceder a ti, pero sucederá cada vez menos si logras desarrollar la habilidad de convertirte en una Estrella de Telemercadeo.

¡CUATRO SIMPLES PASOS!

Para lograr ser efectivo en Telemercadeo, se tienen que tomar cuatro pequeños pasos. La efectividad depende de que mantengas el control de la llamada y de que sigas la secuencia. Hay una regla en ventas que establece que "quien hace las preguntas mantiene en control". Las llamadas no se pueden hacer por casualidad, solamente llamar por llamar. Recuerda que la otra persona por lo general determina si cuelga el teléfono ¡en los primeros 30 segundos! Además, te recomiendo que prepares un guión para cada tipo de llamada. La preparación es clave en el Telemercadeo.

Por lo tanto, en esta sección vamos a enseñarte los pasos necesarios para que no cuelguen el teléfono, para mantener el control de la llamada y para que puedas facilitar el proceso de tomar decisiones hacia el objetivo final de la llamada. Los cuatros pasos son:

1. El Saludo
2. Identificarte
3. Razón De la Llamada
4. Tomar Acción.

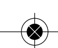
Para no perder la llamada y mantener a la otra persona interesada en escuchar, necesitamos seguir los cuatros pasos que hemos enumerado. Es de suma importancia comprender que es un proceso y que no puedes saltar los pasos porque perderías el control de la llamada y el interés de tu prospecto. Cuando llamas y saludas, la meta es poder seguir al segundo paso lo más rápido posible.

Cuando entreno a personas y veo las metodologías, me encuentro con frecuencia con vendedores que empiezan sus llamadas de esta manera:

> Vendedor: *Buenas tarde, ¿esta la Señora María?*
> *Prospecto: ¿Quién habla?*
> Vendedor: *Estamos llamando de la compañía XYZ ofreciendo…*
> *Prospecto: No gracias…..“click”*

El problema con este tipo de enfoque es que el primer paso es ignorado. Como puedes ver, el primer paso en el ejemplo que he dado es una *pregunta* y no un saludo. Por lo tanto, el prospecto responde con una pregunta. El prospecto no está interesado en escuchar, sino que está pensando en "¿Quién es esta persona que llama?… ¿Es un vendedor? Mejor cuelgo el teléfono". El resultado final es la pérdida del prospecto.





EL SALUDO ES LO MÁS IMPORTANTE

Lo más importante en una llamada de telemercadeo es el saludo. Recuerda que tienes menos de 30 segundos para lograr capturar la atención. Si no capturas la atención de tu cliente, no te escuchará y terminará la llamada en cuestión de segundos. Un buen saludo elimina la barrera natural contra el vendedor porque agarra la atención del prospecto. La razón por la cual elimina la barrera contra las ventas es porque un amigo siempre saluda a otro amigo. Al saludar a tu prospecto sentirá que existe cercanía y que eres un amigo.

Ejemplo: Cuando tú llamas a tu mejor amigo y contesta la llamada, ¿tú preguntas por él con nombre y apellido? ¡Claro que no! Tú lo saludas inmediatamente y eso justamente es lo que tienes que hacer con tus prospectos. Salúdalos como un amigo y ¡verás que captarás su atención!

A continuación, daré el ejemplo de una llamada de telemercadeo con un saludo bien efectivo. Si tu prospecto se llama Juan Vargas, el saludo siempre debe ser con su primer nombre:

> Vendedor: *Buenas tarde Juan, ¡que gusto saludarte el día de hoy!*
>
> Si contesta una dama y no sabes su primer nombre:
>
> Vendedor: *Buenas tarde Sra. Vargas ¡que gusto saludarla el día de hoy!*



En este preciso momento, tu prospecto no te reconoce la voz pero piensa "¿cuál de mis amigos es?" Por lo tanto, está atento a tu voz y su mente no está enfocada en terminar la llamada. El prospecto responderá por naturaleza "Bien, gracias", mientras sigue buscando la información que necesita en su mente.

Se debe tener en cuenta, que de la misma manera en que se inicia la conversación, debe ser finalizada. Es decir, si la empiezas con buena actitud y energía positiva, tu prospecto lo captará y de inmediato responderá igual. Si tu voz es alegre, demuestra confianza y el tono es agradable, tu prospecto contestará igual. Es un efecto de espejo, en dónde tú como especialista en telemercadeo te vez reflejado en la manera en que tus clientes responden a tu llamada.

Después de que tu prospecto responde "Bien, gracias", pasará un segundo y dándose por vencido preguntará "¿Quién habla?". La diferencia es que el prospecto piensa que eres un amigo pero no te ubica en su banco de personas conocidas. Su mente sigue curiosa por saber cuál de sus amigos le llama. ¡Aquí es cuando se presenta la oportunidad de pasar al segundo paso!

¡IDENTIFÍCATE!

El segundo paso es identificarse, decir quien eres. Hay un dicho que dice "el pueblo no escucha al pobre". No habla necesariamente de pobreza económica sino de escasez de entendimiento y conocimiento. Tienes que utilizar una voz clara y la habilidad de

expresarte organizadamente y con coherencia. Lo último que quieres es confundir a tu prospecto.

Otro consejo: si trabajas por cuenta propia y eres tu propio jefe, identifícate con un título que sea relevante al trabajo que estás haciendo. Puedes ser Gerente, Supervisor o Director. Tengo un amigo que decía, "soy el Gerente del Departamento de Entrega de Regalos" ¡Con esto agarraba la atención y el interés de sus clientes!

La gente escucha a las personas que considera importantes. Si recibes una llamada del gobernador de tu estado, ¿lo escucharías? Los títulos y posiciones agarran el interés y captan la atención del prospecto. No se trata de mentir, pues no puedes decir lo que no eres, pero sí puedes identificar el trabajo que realizas de la manera más elegante, profesional y competitiva.

> Ejemplo: *"Soy Luis Font, gerente del departamento de promoción de la compañía XYZ… la razón por la cual estoy llamando…"*

Al momento de identificarte, ya puedes pasar al siguiente paso del proceso de Telemercadeo. El tercer paso es la Razón De Llamar.

LA RAZON DE LLAMAR

Si llegaste al tercer paso vas por muy buen camino. Tienes un prospecto atento e interesado. Lo importante es no saltar los pasos y tratar de presentar el producto o servicio sin presiones. Recuerda

que el propósito del Telemercadeo es recoger información de tu prospecto.

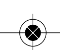
Si la llamada es para pautar citas para presentaciones, aquí es donde tienes que mencionar la razón de la llamada. Soy de las personas que utiliza un acercamiento indirecto, manejando herramientas de promoción y mercadeo. Si trabajara con una compañía de servicios de salud, utilizaría este guión para obtener citas.

Ejemplo de Paso Dos y Tres:

> Vendedor: *"Mi nombre es Luis Font, y soy Gerente del Departamento de Promociones de la compañía XYZ. La razón de mi llamada, Señora María, es para informarle que está invitada a participar en la encuesta de nuestro nuevo producto XYZ.*

Fíjese que a muchas personas les gustaría perder de peso y sentirse mejor de salud. Ahora, todo el mundo sabe que lo difícil que es hacerlo. Pero, hay un grupo de señoras que logró rebajar de peso y sentirse mucho mejor en sólo 30 días… ¿Estaría bien si le digo como lo hicieron?".

¡La curiosidad mata! Las probabilidades que diga "Sí" son bien altas. Es imposible que tu prospecto te interrumpa si hablas clara y coherentemente pues vas a mantener el control. Además, nota que has mencionado 2 hechos o realidades (Ver Capitulo 6) y un beneficio en el tercer paso. Cuando tu prospecto responde "Sí", puedes pasar al último pasó.



TOMAR ACCIÓN

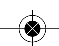
Si llegas al cuarto paso, las probabilidades de que logres tu meta serán bien altas. En este ejemplo, la meta es obtener una cita, pero recuerda que el objetivo principal es obtener información del cliente. Ya hemos logrado contactar un prospecto que está atento e interesado en recibir la información. Ahora lo que necesitamos es información que precalifique de este cliente. Esto es de vital importancia, pues no querrás ir a una cita con un cliente que no califica para los productos o servicios que ofreces, sobretodo cuando estás mercadeando un buen producto pero de alto precio.

Vendedor: *"Muy bien, antes de enviarle la información, me gustaría poder hacerle tres preguntas bien cortas. ¿Qué está haciendo hoy día para mejorar su salud y la de su familia?"*

> Vendedor: *"¿A qué hora llega usted del trabajo? ¿A qué hora llega su esposo del trabajo?*
>
> Vendedor: *"La compañía quiere saber cuántos Hispanos han adquirido su propia casa… ¿Es usted dueño de casa o alquila?*

Si las respuestas son favorables, puedes tener un prospecto con doble ingreso, con la estabilidad de un hogar y con un entendimiento importante sobre la buena salud. ¡En Ventas y Mercadeo este es un prospecto fabuloso!





Llegado a este punto, si quieres acordar una cita también lo puedes hacer. Estás en control y tu prospecto responderá de buen agrado simplemente porque has seguido los pasos para hacer una buena llamada de Telemercadeo. Si practicas, escribes tu guión y mantienes una buena actitud, puedes incrementar tus ingresos en un 500% y te habrás convertido en una Estrella de Telemercadeo."

CONCLUCIÓN



Algunas personas no están contentos de vivir una vida cotidiana, ordinaria, nunca distinguiéndose entre la multitud. Pero esa no es la vida de una Estrella. Esa no es la vida que has elegido. Incluso, en los peores días, una estrella puede vivir con alegria, agradecimiento y una gran sonrisa en su rostro.

¿Por qué? Debido a que usted está eligiendo a hacer algo, ser alguien que marca una diferencia en cualquier área de la vida que usted elija. Estás viviendo la vida que usted ha soñado, una vida de libertad, de poder hacer lo que desee en sus propios terminos y divirtiendose en cada paso del camino. Esa es la vida de una Estrella.

En realidad, usted probablemente esta mucho más cerca de ser una estrella de lo que piensas. Ser una estrella comienza por hacer algo. Y usted ha hecho algo con la compra y la lectura de este libro. Cada

vez que da un paso hacia convertirse en un Experto, una Celebridad en su industria, su estatus de Estrella es un poco más brillante.

Lo mas importante en convertirse en una estrella es nunca darce por vencido. Eres muy inteligente y sabio para encontrar una solucion alrededor de cualquier problema. Si usted hace el compromiso ahora para seguir adelante, usted convertirá en una estrella en su industria. Le deseo todo el éxito en el mundo.




NOTES

Notes